

VisionOttica: con Gasparini approda a Verona

Cambio insegna per il punto vendita, avviato oltre vent'anni fa: alla base non solo l'esigenza di rinnovarsi, ma anche di offrire alla propria clientela servizi e garanzie di un certo livello



«Il cambio insegna è stato dettato dalla necessità di crescere professionalmente – afferma a b2eyes TODAY **Giorgio Gasparini**, titolare del centro ottico insieme alla moglie Cristina De Guidi - Fondamentale è infatti la formazione del professionista: da questo punto di vista VisionOttica permette di frequentare corsi di aggiornamento sia sui nuovi prodotti sia sugli ultimi materiali e trattamenti disponibili. Uno strumento in più per offrire un servizio eccellente, restando al passo con i tempi».

Gasparini ha avviato il proprio centro ottico nel 1994. «In questi 23 anni il settore è tendenzialmente passato a privilegiare la scontistica rispetto alla professionalità: un fenomeno che ha fortemente influenzato il mercato e il prodotto offerto, non sempre di qualità – dice il nuovo affiliato – Il richiamo al consumatore finale è dunque

representato spesso dal prezzo: per questo l'ottico tradizionale ha assolutamente bisogno di distinguersi e tutelarsi con prodotti e servizi di elevata professionalità e qualità». Gasparini, infatti, sottolinea l'importante supporto che VisionOttica offre nel post vendita con il Sos-Servizi Occhiali Sicuri, «il programma dell'insegna che garantisce un'assistenza continua sul prodotto acquistato con servizi e garanzie certificate per il benessere visivo dei clienti - continua l'ottico veneto - Un'attività indipendente non può avere la forza di offrire un pacchetto di opportunità così completo».

Tra i vari servizi che VisionOttica offre ai propri affiliati per fidelizzare la clientela e incrementare il traffico all'interno del centro ottico, l'affiliato ritiene particolarmente interessanti le campagne nazionali e il sistema di Crm. «Quest'ultimo ci permetterà di valorizzare il database dei nostri clienti grazie alla pianificazione di campagne di direct marketing veicolate tramite sms, email e lettere – spiega Gasparini - Avremo così la possibilità di contattarli con costanza offrendo loro servizi e promozioni, presentando nuovi prodotti o eventi speciali realizzati nel punto vendita. A loro volta le iniziative di comunicazione nazionale aumentano la notorietà dell'insegna dando ulteriore prestigio anche al nostro lavoro». A settembre, con il supporto del team VisionOttica, verrà organizzata l'inaugurazione ufficiale del nuovo centro ottico (nella foto, l'esterno), che si trova in via Colonnello Fincato, nella zona nord est di Verona, ed è il primo per l'insegna glocal di Vision Group in questa città.

Zaccagnini, operazione porte aperte

Sono positivi i riscontri delle prime settimane di luglio, mese in cui l'Istituto offre la possibilità di visitare senza soluzione di continuità la propria sede a potenziali iscritti e alle loro famiglie

Dal lunedì al venerdì dalle 9 alle 18, sabato e domenica dalle 9 alle 13: con questa programmazione «per i neomaturati e per tutti gli interessati al corso biennale abilitante alla professione di ottico, ai corsi di specializzazione di optometria e agli altri corsi e master, l'Istituto è sempre aperto – si legge in una nota dello Zaccagnini a proposito dell'operazione "porte aperte", che debutta quest'anno - In concomitanza con il periodo d'iscrizioni, i visitatori saranno accolti dalla direzione e dai docenti che forniranno tutte le informazioni sui corsi scolastici e faranno visitare l'Istituto, le aule, le attrezzature didattiche, i laboratori e gli ambulatori (nella foto) e in particolare i nuovi ambienti didattici attrezzati per dimostrazioni pratiche e cliniche, cablati e informatizzati per supportare al meglio le esercitazioni anche con il metodo Virtual Learning».



Secondo **Giorgio Righetti**, direttore della realtà bolognese, l'iniziativa è già stata un successo, al punto da proseguire anche in agosto, con la sola eccezione della domenica. «La facilità con cui si raggiunge Bologna, l'interesse nel conoscere la nostra struttura e la sua offerta formativa e la maggiore disponibilità di tempo di questo periodo hanno sinora favorito le visite – commenta Righetti a b2eyes TODAY – Nelle prime settimane del mese abbiamo riscontrato, inoltre, particolare interesse anche per i corsi in partenza a Milano il prossimo ottobre».



Scarica gratuitamente la **nuova**
APP di b2eyes TODAY

Disponibile su APP Store e Play Store.

Micaglio, per promuovere la professionalità si fa...verde

L'imprenditore padovano, il cui nome richiama quello di una famiglia con quasi 80 anni di attività nell'ottica, in collaborazione con Seiko Optical Italia ha aperto il suo negozio in occasione della terza edizione del Green Night Festival di Cadoneghe



Professionalità, professionalità e ancora professionalità: non smette di battere su questo tasto **Enore Micaglio**, oggi titolare dell'omonimo punto vendita (con un significativo claim nell'insegna: occhialeria dal 1939) a Cadoneghe, località di oltre 16 mila abitanti, una decina di chilometri a nord est di Padova. «È l'unico modo che ci è rimasto per differenziarci da chi ha svilito il nostro mestiere puntando tutto sul prezzo», afferma a b2eyes TODAY. E per farlo vanno bene anche iniziative trasversali come il Green Night Festival, che si è tenuto alla fine di giugno a Cadoneghe: un percorso di circa un chilometro caratterizzato da iniziative culturali, musicali e sportive, con gli esercizi commerciali aperti fino a tardi e che ha attirato centinaia di persone dal capoluogo e dalle località limitrofe. «Alcune hostess consegnavano alla gente un volantino per incentivarle a entrare nel nostro centro ottico, dove sono state estratte a sorte due paia di occhiali da sole – dice Micaglio – In tutto sono entrate una sessantina di persone, alle quali è stato consegnato un gadget Seiko Optical Italia, che quest'anno ci ha supportato nell'evento, valorizzando il concetto di benessere visivo». Soddisfatti dell'iniziativa (nella foto, la locandina) anche all'azienda di Magenta. «Questo tipo di eventi rappresenta per noi un'opportunità per rafforzare collaborazioni con centri ottici altamente qualificati e professionali», commentano al nostro quotidiano dall'ufficio marketing di Seiko Optical Italia.

La manifestazione di fine giugno, comunque, è stata una sorta di aperitivo del piatto principale, che verrà "servito" da Micaglio alla clientela fidelizzata e ai suoi concittadini alla fine di settembre, quando saranno celebrati i 25 anni di attività del punto vendita di Cadoneghe. Anche in quel caso, tuttavia, la professionalità che da sempre contraddistingue questo centro ottico, 80 metri quadrati, quattro vetrine, due ottici optometristi laureati oltre al titolare e alla moglie, una sala refrazione e un laboratorio interno, non verrà messa in secondo piano. Professionalità che per Micaglio significa, da un decennio ormai, aver abbandonato quasi del tutto le montature commerciali per rivolgersi a prodotti made in Italy o made in Japan di alta qualità. «La mia passione è l'occhiale sartoriale – confessa l'ottico padovano – Per tutta questa serie di motivi andrò di nuovo a visitare il DaTE, a Firenze, che oggi mi permette di evitare il viaggio a Parigi per il Silmo, per quanto sia grato a questa manifestazione che in almeno quindici anni di attività mi ha offerto numerosi suggerimenti professionali».

Sergio Tacchini torna nell'eyewear

Il brand di abbigliamento sportivo, fondato nel 1966 dal tennista novarese, affida la licenza per le montature alla francese Gem Lunetterie

Sergio Tacchini ci riprova con l'eyewear. Dopo la fine della licenza con Luxottica nel 2008, Img, società partner del brand dal 2012 per la ricerca di partnership a livello internazionale, ha stretto un accordo sino alla fine del 2021 con Gem Lunetterie, azienda di occhialeria che ha sede a Oyonnax, alle porte del distretto del Giura.

«L'eyewear andrà ad arricchire l'offerta di Sergio Tacchini che a oggi comprende abbigliamento tennis (nella foto), sportswear, bimbo, intimo, beachwear, calzature, profumi, orologi, homewear e dal prossimo anno anche gli occhiali da sole e da vista», si legge in un comunicato della label.

La nuova collezione di occhiali, che verrà presentata in anteprima il prossimo ottobre Silmo, sarà disponibile da febbraio 2018 presso i principali rivenditori del marchio e presso ottici selezionati in tutta Europa.

